

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui perilaku konsumen dalam mengkonsumsi apel lokal dan impor di Kota Yogyakarta. (2) mengetahui sikap konsumen terhadap atribut apel lokal dan impor di Kota Yogyakarta. (3) mengetahui hubungan sikap konsumen dengan karakteristik konsumen di Kota Yogyakarta. Analisis *Fishbein* digunakan untuk mengetahui sikap konsumen terhadap atribut apel lokal dan impor di Kota Yogyakarta. Uji *Mann-Whitney* digunakan untuk mengetahui perbedaan sikap konsumen terhadap atribut apel lokal dan impor di Kota Yogyakarta. Tabulasi silang dan uji *Chi-square* digunakan untuk mengetahui hubungan sikap konsumen dengan karakteristik konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumen dalam mengkonsumsi apel lokal dan impor di Kota Yogyakarta yaitu, berdasarkan motivasi konsumsi didominasi oleh kesukaan dengan frekuensi konsumsi paling banyak adalah 1 kali seminggu, dan didominasi tanpa pengaruh orang lain. Ditinjau berdasarkan jenis apel, apel lokal yang paling banyak dikonsumsi adalah Apel Manalagi, sedangkan apel impor yang paling banyak dikonsumsi adalah Apel Fuji. Ditinjau berdasarkan tempat pembelian yang sering dikunjungi untuk membeli apel lokal adalah kios buah, sedangkan tempat pembelian yang sering dikunjungi untuk membeli apel impor adalah swalayan. Sikap konsumen apel lokal dan impor di Kota Yogyakarta terhadap atribut jenis, rasa, warna, kesegaran, tekstur, dan harga tergolong positif. Terdapat hubungan antara sikap konsumen di Kota Yogyakarta dengan pengaruh orang lain dalam mengkonsumsi apel lokal, sedangkan dalam mengkonsumsi apel impor terdapat hubungan antara sikap konsumen dengan pendapatan, motivasi konsumsi dan pengaruh orang lain.

Kata kunci: sikap konsumen, atribut produk, perilaku, *fishbein*, uji *Mann-Whitney*, tabulasi silang, apel lokal dan impor

ABSTRACT

This research aims to (1) identify consumer behavior in consuming local and imported apples in Yogyakarta city. (2) determine consumer attitudes towards attributes of local and imported apples in Yogyakarta city. (3) knowing the relationship between consumer attitudes and consumer characteristics in Yogyakarta city. Fishbein analysis is used to assess consumer attitudes towards attributes of local and imported apples in Yogyakarta city. The Mann-Whitney test is used to compare consumer attitudes towards attributes of local and imported apples in Yogyakarta city. Cross-tabulation and Chi-square tests are employed to explore the relationship between consumer attitudes and consumer characteristics. The research findings indicate that consumer behavior in consuming local and imported apples in Yogyakarta city is primarily motivated by preference, with the most frequent consumption occurring once a week and mainly unaffected by the influence of others. Regarding apple types, Manalagi is the most consumed local variety, while Fuji is the most consumed imported variety. As for the preferred places of purchase, consumers frequently buy local apples from fruit stalls/kiosks, whereas supermarkets are the preferred places to buy imported apples. Consumer attitudes towards the attributes of both local and imported apples in Yogyakarta city are generally positive, covering aspects such as type, taste, color, freshness, texture, and price. Furthermore, there is a relationship between consumer attitudes in Yogyakarta city and the influence of others in consuming local apples. Regarding imported apples, there is a relationship between consumer attitudes and income, consumption motivation, and the influence of others.

Keywords: *consumer attitudes, product attributes, behavior, Fishbein, Mann-Whitney test, cross-tabulation, local and imported apples*